

# 사회적 자본과 조직신뢰, 추천의도 및 이직의도 간의 관계에 관한 연구

한나영\* · 권혁기\*\*

## <요 약>

본 연구는 사회적 자본이 조직신뢰에 미치는 영향, 둘째, 조직신뢰가 추천의도, 이직의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 이를 통해 사회적 자본이 어떤 경로를 통해 추천의도, 이직의도에 영향을 미치는지를 통합적으로 분석하고자 한다.

부산 소재 중소 제조업체를 대상으로 공변량 구조방정식모형을 통하여 실증 분석하였다. 실증분석 결과, 첫째, 사회적 자본 중 관계적 차원이 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 사회적 자본 중 관계적 차원이 조직신뢰에 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 관계적 차원은 구성원들 간의 관계형성을 의미하며 상하 간의 관계, 동료와의 관계, 부서 사이의 관계 등의 상호작용에 있어 중요한 가치를 지닌다. 둘째, 사회적 자본 중 인지적 차원은 조직신뢰에 유의미한 영향을 미치지 않았으며 구조적 차원은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구조적 차원은 구성원들 간에 존재하는 사회적 연결망 혹은 유대관계에서 나타난 자본적 가치를 의미하며 조직에서 최적의 네트워크를 구축하는 것에 의해 형성된다. 셋째, 조직신뢰는 추천의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 조직신뢰는 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 사회적 자본과 추천의도 및 이직의도 간의 관계에서 조직신뢰가 일부 매개하는 것으로 나타났다.

끝으로 본 연구의 요약 및 시사점, 한계점 그리고 미래의 연구방향을 제시하였다.

핵심주제어: 사회적 자본, 조직신뢰, 추천의도, 이직의도

## I. 서론

전통적으로 인적 자본, 물적 자본, 금융 자본 등이 기업의 성과를 결정하는 요인으로서 중시되어 왔으나, 최근에는 조직 구성원들 간의 네트워크에 의해 형성되는 사회적 자본(social capital)이 특히 중시되고 있다. 즉 과거에는 개인성과의 합이 기업 전체 성과와 직결되는 것으로 인식하고, 구성원 개개인의 능력향상을 위하여 다양한 개발 프로그램과 제도의 마련을 위해 노력해 왔다. 그러나 실제 기업현장의 성과가 탁월한 소수의 개인적 능력이나 경영자의 역량에 의해서만 결정되는 것은 아니다. 점점 더 많은 업무가 구성원들 간의 협력과 팀워크, 그리고 보다 효과적인 상호관계에 영향을 받고 있다. 이제 구성원 개개인의 속성이나 역량이 아닌 구성원들 간의 관계 중요성에 대해 관심을 가져야 한다(임선예·박소연, 2009).

최근 사회적 자본이 중요시되고 있는 이유는 다음과 같다. 첫째, 인적 자본과 물적 자본이 과거보다 훨씬 풍부해져서 경쟁력의 원천으로서 중요한 역할을 하지 못하기 때문이다. 즉 경제발전 전에 따라 유사한 제품이나 서비스를 제공하는 기업이 많아지면서 사회적 자본이 부각되었다. 둘째, 지식과 혁신역량이 조직의 경쟁우위가 되는 사회에서 사회적 자본은 지식의 생성, 축적, 공유, 활용을 원활하게 촉진시키는 역할을 한다. 즉 지식기반 사회에서 혁신역량을 제고시키기 위해 사회적 자본이 부각되었다. 셋째, 세계화가 가속화되면서 우리 경제 사회의 불평등 현상이 증가하고 있다. 이는 사회적 통합을 해칠 뿐만 아니라 사회적인 비용을 유발하여 혁신역량을 감소시키며 지속가능한 성장을 불가능하게 만들 수도 있다. 이러한 배경 하에서 경제 주체들 간의 관계에 의해 형성되는 사회적 자본은 오늘날의 경제사회 불평등 문제해결과 더불어 지속가

능한 성장을 가능하게 하는 대안으로 부각되었다(이경목, 1996).

사실 같은 자본 및 노동력을 투입하더라도 결과는 항상 차이가 존재하기 마련이다. 시장의 선두를 달리면서 계속 선두를 유지해 나가는 기업이 있는 반면, 시장에서 뒤처지고 소멸하는 기업도 있다. 똑같은 자원을 투입하고도 산출물에서 차이를 나타내는 이유 가운데 사회적 자본이라는 개념이 있다고 볼 수 있다.

사회적 자본의 유용성을 네트워크이론으로 살펴보면 조직이나 개인은 다른 네트워크 원천들과의 연결을 통해서 보유하지 못한 핵심 정보 및 자원 등을 보다 효율적으로 확보하게 해줌으로써 생존에 기여할 뿐 아니라 경쟁우위를 확보할 수 있게 한다(Coleman, 1988). 조직 간에 네트워크를 통해 제휴나 자원을 공유하고 경영위험에 공동대처하며 개발비용을 분담하고, 기술에 대한 혁신을 통해 전문성을 갖추고 경쟁력을 높일 수 있다(Johansson, 2000).

기존연구들은 사회적 자본을 크게 관계적 차원(예: 구성원들 간의 믿음), 인지적 차원(예: 공유된 가치), 구조적 차원(예: 유대강도)으로 구분하고 있으며 이들 각 차원들이 핵심가치 공유활동(임선예·박소연, 2009), 갈등(배상욱·윤한성, 2010), 조직 기업가정신(정대용·노경훈, 2010), 직무만족(이미라, 2011), 지식공유(안관영, 2013) 등을 매개로 조직성과 변수에 어떻게 영향을 미치는지 주로 연구되어져 왔다.

사회적 자본의 구축으로 인해 구성원들 간에 믿음을 가지며 가치관 및 목표를 서로 공유하고 있고 유대강도가 높아지게 되면 자신이 소속되어 있는 조직에 대한 신뢰 역시 높아지기 마련이다. 하지만 기존연구에서는 구성원들 간에 형성되어 있는 사회적 자본이 조직 자체에 대한 신뢰에 영향을 미치는 연구(강정수·최용·이상건, 2008; 박종승·심현섭·윤우섭, 2009)는 많이

부족한 편이며 사회적 자본 각 차원들과 조직신뢰와의 관계에 대한 논리가 다소 부족한 편이다. 사회적 자본의 관계적 차원의 경우 신뢰 개념을 포함하고 있으나 본 연구에서는 사회적 자본은 구성원들 간의 신뢰만을 살펴보고 비인격적이며 제도적인 특성을 지닌 조직신뢰를 매개변수로 따로 포함시켜 사람들 간의 신뢰가 조직 자체에 대한 신뢰로 영향을 미치는 인과관계를 살펴보고자 한다.

또한 구성원들에 의해 조직에 대한 신뢰가 형성되면 조직성과는 높아진다. 성과변수 중 긍정적 변수로 추천의도가 있다. 주로 추천의도는 마케팅 분야(기존고객이 새로운 고객에게 제품이나 서비스를 추천하는 의도)에서 주로 사용되어져 오고 있으나 인사·조직에서도 종종 연구되어져 오고 있다(한나영·배상욱, 2012). 즉 구성원(내부고객)이 조직에 입사하고자 하는 이를 조직에 직접 추천하는 의미를 담고 있는 추천의도가 있다. 조직에 대한 신뢰가 형성되어 있으면 구성원이 외부에 있는 사람들에게 자신이 소속되어진 조직을 긍정적으로 구전하며 추천할 가능성을 갖는다. 기존연구에서는 주로 마케팅 분야에서 조직신뢰가 높으면 추천의도는 높아진다고 제시하고 있으나(박영기·윤지환, 2004; 정태석·김영택, 2014) 인사·조직 측면에서도 살펴볼 필요가 있다.

성과변수 중 부정적 변수로 소속되어 있는 조직을 이탈하고자 하는 이직의도가 있다. 조직에 대한 신뢰가 형성되어 있으면 자신이 소속된 조직에 만족하며 충성심이 생기기 때문에 이직하고자 하는 의도는 낮을 것이다. 기존연구에서도 조직신뢰가 높으면 이직의도는 낮아진다고 제시하고 있다(안대회·진정아, 2010; 신동식, 2010; 이규태·정규엽·한정혜, 2012). 본 연구에서는 조직성과변수로 긍정적 변수인 추천의도와 부정적 변수인 이직의도를 사용하여 연구하고자 한다.

이상의 내용을 바탕으로 본 연구의 주요 목적은 다음과 같다.

첫째, 구성원들 간에 형성된 사회적 자본인 관계적 차원(예: 구성원들 간의 믿음), 인지적 차원(예: 공유된 가치), 구조적 차원(예: 유대강도)이 조직자체에 대한 신뢰에 어떤 영향을 미치는지를 살펴본 연구가 거의 없어 이들 간의 관계를 확인하고자 한다. 즉 구성원들 간의 신뢰(특히 동료에 대한 신뢰)와는 구분되는 조직신뢰(제도, 운영 및 경영방식)를 매개변수로 연구하고자 한다.

둘째, 조직신뢰가 긍정적인 성과변수인 추천의도와 부정적인 성과변수인 이직의도에 어떤 영향을 미치는지를 확인하고자 한다.

셋째, 이들 간의 인과관계를 전체적으로 파악함으로써 사회적 자본에 대한 중요성을 다시 한번 인식하여 조직의 무형적인 핵심가치로서 사회적 자본의 역할을 보다 명확히 규명하고자 한다.

## II. 이론적 배경 및 가설설정

### 1. 사회적 자본

사회적 자본은 사회적으로 연결된 공동체 구성원들 간의 관계에서 상호호혜성의 규범에 바탕을 두고 있는 사회적으로 매우 유용한 자본을 의미하는 것이다(Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; Lin, 1982).

Burt(1992), Coleman(1990), Putnam(1995) 등은 사회과학 분야에서 사회적 자본의 개념을 개척하는데 공헌하였고, 이후 사회학을 중심으로 경제학, 정치학 등 다양한 분야에서 연구가 이루어졌다. 경영학 분야에서도 사회적 자본이 거래비용 접근법과는 다른 관점에서 기업조직을 설명한다는 관점으로 제시되었으며(Kogut and Zander, 1996; Nahapiet and Ghoshal, 1998), 특

히 전략 및 조직연구에서는 사회적 자본과 밀접한 네트워크 개념이 주요 연구주제로 부각되었다(Gulati et al., 2000; Nohria and Eccles, 1992).

조직의 사회적 자본 분야에서 가장 대표적인 연구로는 Nahapiet와 Ghoshal(1998)의 연구를 들 수 있다. 이들은 사회적 자본을 개인 또는 사회 단위가 소유한 관계 연결망 내에 내재되어 있고, 유용한 실질적이고 잠재적 자원의 총합이라고 제시하였다. 또한 구조적 차원, 관계적 차원, 인지적 차원의 사회적 자본이 지적자본의 결합과 교환을 유발하여 새로운 지적자본이 창출된다는 개념적 틀을 제시하였다. Woolcock(1998)은 사회 연결망에 포함된 정보, 신뢰, 호혜적 규범으로 사회적 자본을 설명하였다. Ostrom(2000)은 사회적 자본을 사람들이 바람직한 목표를 달성하는 행동을 상호 조율할 수 있도록 하는 사회적 구조에 포함된 규범 및 사회관계로 제시하였고 Inkpen과 Tsang(2005)은 사회적 자본을 네트워크 내 개인이나 조직들이 보유하고 있는 관계로부터 발생하고, 그 관계에 내재되어 있는 자원의 총합으로 제시하였다.

조직에서 사회적 자본은 조직에 다양한 긍정적인 효과를 제공해 주는 경우가 많다. 사회적 자본은 조직몰입의 정당화, 작업의 유연성, 지적 자본의 창출에 영향을 미치며(Leana and Buren, 1999), 공동체의 집합적 행동, 협력의 기초가 되는 것은 물론 조직행동의 효율성을 높여주기도 한다. 또한 사회적 자본은 조직구성원들의 적응, 창의성에 있어 필수적이며(Nahapiet and Ghoshal, 1998), 집단에 대한 개인의 몰입을 정당화시켜 이직률을 감소시키는 역할을 하기도 한다(Adler and Kwon, 2002).

이러한 사회적 자본은 일반적으로 크게 관계적 차원, 인지적 차원, 구조적 차원으로 구분된다.

첫째, 관계적 차원은 구성원들 간의 믿음, 진실성 등과 같이 행위자들 상호간의 관계에 배어

있는 자산들과 관련이 있는 것이다. 특히 구성원들 간의 신뢰는 다양한 학문과 이론들에서 관계를 형성하고 유지하는데 가장 대표적이고 중요한 요인으로 밝혀지고 있다(Portes 1998). 이러한 구성원들 간의 신뢰는 성공적인 관계에 있어 반드시 필요한 요소이며(Mohr and Spekman 1994; Morgan and Hunt 1994), 협력을 유발하고, 거래 관계에서의 불확실성을 감소시키며, 거래로 인하여 발생하는 여러 비용들을 감소시키고(Uzzi, 1996), 제한된 합리성으로 인한 불완전한 계약의 한계를 극복할 수 있으며, 서로에 대한 정보공유를 촉진시켜 문제해결을 하는데 도움을 준다.

둘째, 인지적 차원은 공유된 언어, 공유된 가치, 공유된 비전, 공유된 문화 등을 포함하며, 구성원들에게 공통의 의미나 이해를 제공하는 자원으로 볼 수 있다. 조직에서 비전의 공유는 조직전체에 확산되는 공통성에 대한 지각을 창출하며 조직 내 여러 활동에 대한 일관성을 제공하여 줄 수 있다. 조직구성원들이 비전과 사명에 의해서 연결되어 있다면, 공통의 열망이 그들을 묶어 준다. 또한 공유된 비전은 학습에 대한 초점과 에너지를 공급해 주어 학습 조직에서는 필수적이다.

셋째, 구조적 차원은 개인이나 다른 조직단위와 상호 연계된 정도 즉 조직 내 존재하고 있는 사회적 연결망 혹은 유대관계 연결망을 의미하며 사회연결망이론과 관련이 깊다. 구조적 차원은 사회적인 상호작용을 포함하고 있고, 사회 연결망에서 어떤 행위자는 다른 행위자들과의 접촉으로 형성된 위치를 통해 유용한 자원에의 접근, 필요한 정보의 용이한 획득 등의 다양한 혜택들을 얻을 수 있다(배상욱·윤환성, 2007).

이상과 같은 사회적 자본에 관한 제 이론들에서 사회적 자본의 중요한 요소들인 구성원들 간의 비전과 목표 및 가치 공유, 상호이해와 믿음, 협력 등은 조직 전체에 대한 신뢰에 영향을 미

쳐 전체 조직성과에 기여할 것이다.

## 2. 사회적 자본과 조직신뢰 관계

신뢰는 의지하는 마음이며 조직행동분야에서는 대인간 신뢰에서부터 조직간 신뢰 등 다양한 수준에서 연구되고 있다. 조직신뢰는 조직의 정직성, 공정성에 대한 믿음 혹은 확신을 의미한다 (Lypnack and Stamps, 1997).

본 연구에서는 상사에 대한 신뢰와 동료에 대한 신뢰와는 구분되는 조직신뢰를 매개변수로 연구하고자 한다. 조직에 대한 신뢰는 상사에 대한 신뢰와 동료에 대한 신뢰와는 완전히 구분되는 특성을 가지고 있으며, 여타 신뢰와 달리 비인격적이며 제도적이다. 조직에 대한 신뢰는 실증연구에서도 조직효과성 및 효율성의 중요한 결정요인으로 부각되고 있고 신뢰적인 조직문화는 인적자원관리에서 성공적인 개혁에 필수적이다. 또한 조직성과의 수준을 결정하는 역할을 하기 때문에 사회적 자본과 성과 사이의 매개변수로 포함시켜 조직신뢰의 중요성과 필요성을 다시 한 번 확인하고자 한다.

Cook and Wall(1980)은 신뢰를 수평적, 수직적, 제도적 신뢰로 구분하였다. 수직적 신뢰(vertical trust)는 상사와 부하 상호간에 형성되는 신뢰로 조직의 상하관계에서 형성되는 신뢰이고, 수평적 신뢰(lateral trust)는 동료들 간에 형성되는 신뢰이다. 마지막으로 제도적 신뢰(institutional trust)는 조직과 구성원간의 관계에서 형성되는 신뢰이다. 다시 말해, 제도적 신뢰는 미래의 성공적인 노력을 기대하며 행동하는데 필요한 비개인적인 구조가 적절하게 마련되어 있다고 믿는 것을 의미한다. 조직신뢰를 다계층으로 분석한 Mishra(1996)는 조직의 위기에서 신뢰는 가장 중요한 요소이며 조직의 장기적인 생존과 성공을 위한 중심 요소라고 하였다. 또한

조직신뢰는 구성원의 조직에 대한 믿음이며 이는 조직의 장기적인 존속을 위한 중요 요소라고 하였다. Tan and Tan(2000)은 조직신뢰를 조직과 구성원 간의 객관적 고용관계 신뢰로서, 조직이 구성원들에게 해롭지 않은 행동을 할 것이라는 구성원들의 조직에 대한 평가와 확신이라고 정의하였다. 특히 신뢰가 높은 경우 대상(조직)에 대하여 희망, 믿음, 확신을 갖으며, 신뢰가 낮은 경우 의심, 두려움, 경계심을 가질 수 있다고 제시하였다(홍성준, 2012).

사회적 자본의 관계적 차원은 조직구성원들 간의 관계특성이 이익과 가치창출에 기여할 수 있는가에 초점을 둔 것으로서 핵심적인 개념은 바로 구성원들 간의 신뢰이다. 구성원들 간의 신뢰가 높은 상태의 관계에서는 사람들이 사회적 관계형성에 보다 긍정적이고 협력적 상호작용이 보다 쉽다. 즉 구성원들 간의 신뢰가 바탕이 되었을 경우 만족과 몰입이 높아지게 되므로 조직 전체에 대한 신뢰 역시 높아질 것으로 예상된다.

사회적 자본의 인지적 차원인 비전공유는 개인 및 조직 간 공유된 목표의식, 가치관을 갖는 인지체계를 갖게 하여 집합적인 의미와 상황을 이해하며 해석할 수 있게 해준다(Weick, 1993). Senge(1990)는 조직의 인지적 체계를 공유비전을 통하여 서로 불신하는 사람들이 함께 일할 수 있도록 하는 첫 번째 단계이고, 구성원들이 공동의 열망에 의하여 서로 연결·결속되도록 하는 힘으로써, 지식교환과 결합을 위한 동기부여 조건을 충족시켜주는 요소로서 보았다. 즉 가치관 및 비전 등을 서로 공유하게 되면 구성원들 간의 결속력과 충성심이 높아지게 되므로 조직 전체에 대한 신뢰가 높아질 것으로 예상된다.

사회적 자본의 구조적 차원은 조직내부에 형성된 사회적 관계의 총합에 의해 구축된 사회적 네트워크 연결형태 및 구성을 의미한다. 사회적 네트워크는 정보와 자원의 흐름을 위한 하나의

채널이며, 사회적 상호작용을 통하여 다른 개인 및 조직의 자원을 획득할 수 있는 기회를 주는 것이다(Burt, 1992). 하지만 최적의 네트워크를 형성하는 것은 매우 어려운 일이다. 지식 교환과 결합에 따른 가치 기대감은 네트워크의 정보와 지식의 유통채널로서 그것을 이용하는 사람들에게 의해서 그 가치가 발휘되어(Coleman, 1988; 1990), 적절한 정보를 적시에 제공받을 수 있게 해줄 수 있다.

네트워크가 잘 구축되고 이용될수록 정보의 공유가 원활하게 이루어져 개방적 의사소통, 의사결정에 있어서 중요한 정보공유, 지각과 감정의 진실한 공감대가 형성(Mishra and Morrissey, 1990)되므로 조직전체에 대한 신뢰가 높아질 것으로 예상된다. 이상과 같은 선행연구를 근거로 다음의 가설을 도출하였다.

가설 1. 사회적 자본은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 관계적 차원은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 인지적 차원은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 구조적 차원은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3. 조직신뢰와 추천의도, 이직의도 관계

조직에 대한 신뢰가 제대로 형성되어 있지 못하면 구성원들은 정체성에 자신감을 잃게 되는 것은 물론 스스로 불안감을 느끼게 되고, 서로에게 방어적인 행동을 취하게 된다. 방어적 성향은 상호간의 의사소통에서 서로가 집중하지 못하게 되고 전달내용이 왜곡될 수 있으며, 상대방의 감정이나 가치관 그리고 행동의 동기들에 대한 보다 정확한 지각을 어렵게 한다. 또한 집단 간의

의심이나 비판을 유발할 수 있으며 상대방의 방어적 성향을 증가시키고 상대방의 문제해결을 위한 아이디어를 인정하고 수용하는 것을 어렵게 한다(Parloff and Handison, 1996).

반면 조직에 대한 신뢰가 형성되어 있으면 구성원들 간의 적절한 정보교환, 창의성, 정서적 안정, 자기통제를 촉진시키고, 위험에 대한 방어기제를 완화시켜 문제를 보다 효율적으로 해결하며 효과적인 수행을 가능하게 한다(Carnevale and Wechsler, 1992). 그리고 스스로가 구성원과 함께 협동하고 이타적 행동 등의 자발적 사회성이 촉구된다(Axelrod, 1985).

추천의도는 마케팅 분야에서 고객만족의 결과 변수로 작용하고 지속적으로 논의되고 있으며 고객이 기존 제품이나 서비스품질 등에 관한 긍정적 또는 부정적 체험을 바탕으로 친구나 친지 등 타인들에게 자신의 의도를 권유하는 것을 의미한다. 박영기와 윤지환(2004)은 호텔고객의 불평행동처리가 호텔에 대한 신뢰와 재방문 그리고 추천의도에 미치는 영향을 연구한 결과 호텔에 대한 신뢰가 추천의도에 긍정적인 영향을 미친다고 제시하였으며 정태석과 김영택(2014)은 프랜차이즈 편의점 가맹본부의 지원서비스와 만족, 신뢰, 재계약, 다점포운영, 추천의도와와의 관계를 연구한 결과 신뢰가 추천의도에 긍정적인 영향을 미친다고 제시하였다.

기존연구에서는 추천의도가 이용고객(외부고객)이 다른 이용고객에 대한 추천의도로 즉 마케팅 분야에서 주로 사용되어져 오고 있으나 본 연구에서는 인사·조직 관점에서 종업원(내부고객)이 조직에 입사하고자 하는 이를 조직 내에 적극 추천하는 의미의 추천의도를 사용하여 분석하고자 한다(한나영·배상욱, 2012).

구성원이 조직전체에 대한 신뢰가 충분히 형성되어 있으면 조직 외부 사람들에게 긍정적으로 구전하여 자신이 소속된 조직을 추천하고 권

유할 가능성이 높을 것으로 예상된다. 이상과 같은 선행연구와 논리를 근거로 다음의 같은 가설을 도출하였다.

가설 2. 조직신뢰는 추천의도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

또한 이직의도를 이직과 동등하게 판단할 필요는 없으나 이직의도가 실제 이직으로 이어지는 확률이 매우 높고 이러한 과정은 실증연구를 통하여 확인되고 있어 인적자원관리상 이직의 예측변수로 이직의도는 매우 중요하다(이덕로·김찬중, 2006).

이직의 부정적 효과는 이직에 의해서 유능한 조직구성원이 조직을 이탈하게 되며, 이는 양질의 인력 확보가 위협받게 된다. 이들의 모집, 선발, 훈련에 막대한 비용이 소요된다는 점을 들고 있다. 또한 이직율이 높은 경우 이탈해 버리는 인력에 투자했던 비용이 회수불가능 하게 되고, 타사와의 구인경쟁에서 나타나는 임금상승의 부담이 가중된다는 점이다.

한편으로 이직율이 높으면 정착성 없는 인력이 많이 있게 되고, 이는 생산과정의 불안정과 품질관리의 문제를 빚는다. 그리고 구성원들의 귀속감이 결여되기 쉬워 조직통합의 장애가 발생하며, 숙련인력의 이탈로 기술축적이 어렵게 되는 등 기업의 생산성을 저해하는 현상을 빚게 된다(김정석·안관영, 2012).

조직에 대한 신뢰가 형성되어 있으면 조직을 떠나거나 이탈하고자 하는 이직의도는 낮아질 것이다. 신동식(2010)은 내부마케팅 요인이 조직신뢰에, 조직신뢰가 직무만족과 이직의도에 미치는 영향을 연구한 결과 조직신뢰는 이직의도에 부정적인 영향을 미친다고 제시하였다. 안대희와 전정아(2010)는 호텔직원을 대상으로 조직후원인식이 조직신뢰와 직무만족, 이직의도에 미치는

영향을 연구한 결과 조직신뢰는 이직의도에 부정적인 영향을 미친다고 제시하였으며 이규태와 정규엽, 한정혜(2012) 역시 조직신뢰와 조직시민행동, 직무만족, 그리고 이직의도와와의 다차원적인 관계분석 결과 조직신뢰가 이직의도에 부정적인 영향을 미친다고 제시하였다.

구성원이 조직전체에 대한 신뢰가 충분히 형성되어 있으면 자신의 업무에 만족하며 몰입하게 되어 타 조직으로 이직하고자 하는 이직의도는 줄어들 것으로 예상된다.

또한 조직신뢰는 조직구성원들이 조직차원의 요인에 대하여 믿음을 갖는 것이고 조직 내에 형성되어 있는 사회적 자본을 토대로 조직이 추구하는 가치, 신념 그리고 비전에 대해 내재적 수용의 의미를 갖고 있으므로 사회적 자본이 조직신뢰를 통해 구성원들의 태도에 영향을 미칠 수 있다는 것을 알 수 있다. 이상과 같은 선행연구와 논리를 근거로 다음의 같은 가설을 도출하였다.

가설 3. 조직신뢰는 이직의도에 부(-)<sup>2</sup>의 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 조직신뢰는 사회적 자본과 추천의도와 의 관계에서 매개효과를 가질 것이다.

가설 5. 조직신뢰는 사회적 자본과 이직의도와 의 관계에서 매개효과를 가질 것이다.

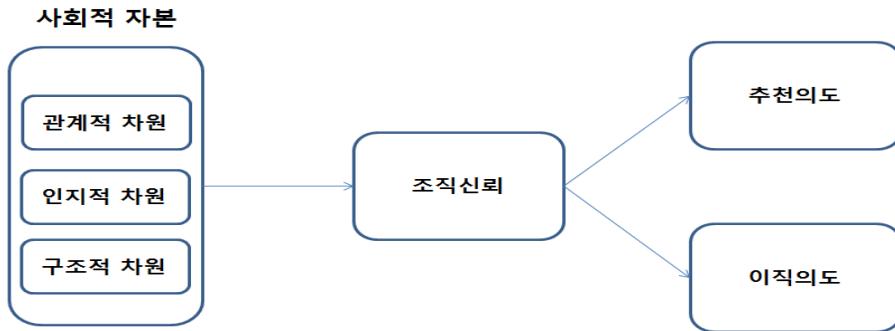
### III. 연구설계

#### 1. 연구의 모형

본 연구의 목적은 첫째, 사회적 자본의 관계적 차원(상사에 대한 신뢰, 동료에 대한 신뢰), 인지적 차원, 구조적 차원이 조직신뢰에 미치는 영향, 둘째, 조직신뢰가 추천의도, 이직의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 셋째, 사회적 자본과

추천의도 및 이직의도 간의 관계에서 조직신뢰의 매개역할을 확인하고자 한다. 이를 통해 사회적 자본이 어떤 경로를 통해 추천의도, 이직의도에 영향을 미치는지를 통합적으로 분석하여 사

회적 자본의 중요성을 다시 한 번 확인하고자 한다. 따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 도출하였다.



<그림 1> 연구의 개념적 틀

## 2. 자료수집방법 및 표본의 특성

본 연구는 중소 제조업체 20개사를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 이메일을 통해 배포한 설문지는 모두 200부였으나 회수된 설문지 중 불성실한 응답을 제외하고 총 161부의 응답이 유효한 것으로 판단되어 연구에 사용하였다. 응답자들의 인구통계학적 특성을 살펴보면 성별은 남성(76.9%), 여성(23.1%)로 나타났으며 연령은 30대(41.7%), 40대(28.7%)가 높게 나타났다.

근속년수는 2년 이하(32.4%), 3~5년 (32.4%)이 높게 나타났으며 직책은 과장급 (32.4%), 대리급(22.2%), 일반사원(19.4%)이 높게 나타났다.

## 3. 변수의 조작적 정의와 측정방법

본 연구는 사회적 자본, 조직신뢰, 추천의도, 이직의도를 측정하기 위하여 선행연구들을 토대로 연구대상인 중소기업의 특성에 맞게 다중 항목으로 구성하였으며, Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

### 3.1 사회적 자본

사회적 자본은 3가지 하위요인 관계적 차원, 인지적 차원, 구조적 차원으로 나눌 수 있다. 측정항목은 Coleman(1998), Portes(1998), 김동현(2006), 장정운(2011)이 개발한 사회적 자본 측정도구를 수정 및 보완하고 그 가운데 적합한 항목을 추출하여 설문항목을 구성하였다.

우선 관계적 차원은 ‘조직 내 상호작용을 통해 구성원들 간의 서로에 대한 기대 혹은 믿음의 강도’를 의미하며 사용된 설문문항은 ‘우리 직원들은 대체로 믿을 만하다’, ‘우리 직원들은 서로의 의도와 행동에 대해 상호 신뢰하고 있다’, ‘우리 직원들은 서로의 업무 수행능력에 대해 상호 신뢰하고 있다’, ‘우리 직원들은 각자가 과제목표를 달성하기 위해 일한다고 믿고 있다.’로 총 4 문항이다.

인지적 차원은 ‘조직 구성원의 긍정적 행동을 촉진시키기 위한 공유된 코드’를 의미하며 사용된 설문문항은 ‘동료들과 같은 포부와 비전을 공유한다’, ‘동료들과 공동목표와 임무를 열정적으

로 추구하려 노력한다’, ‘회사는 공통의 규범과 규칙이 잘 설정되어 있다’로 총 3문항이다.

구조적 차원은 ‘팀 내에서의 구성원간의 정보 공유 및 친밀감’을 의미하며 사용된 설문문항은 ‘회사는 업무와 관련하여 자유로운 대화와 토론이 가능하다’, ‘동료들이 무슨 일을 하고 있고 어떠한 애로사항이 있는지 알고 있다’, ‘개인적 문제를 의논할 가까운 동료가 있다’로 총 3문항이다.

### 3.2 조직신뢰

조직신뢰는 Robinson(1996), 이영록(2012)이 개발한 측정도구를 수정 및 보완하고 그 가운데 적합한 항목을 추출하여 설문항목을 구성하였다.

조직신뢰는 ‘구성원이 조직에 대하여 가지는 긍정적인 믿음의 정도’를 의미하며 사용된 설문 문항은 ‘우리 회사는 직원들의 의견을 반영하려고 노력한다’, ‘우리 회사는 직원들과 회사의 이익을 위해 노력한다’, ‘우리 회사는 직원들에게 정직하다고 생각한다’로 총 3문항이다.

### 3.3 추천의도

추천의도는 Cronin and Taylor(1992), 한나영과 배상욱(2012)이 개발한 측정도구를 수정 및 보완하고 그 가운데 적합한 항목을 추출하여 설문항목을 구성하였다.

추천의도는 ‘구성원이 조직 외 사람들에게 조직에 대한 긍정적인 사고를 심어주며 추천하는 정도’를 의미하며 사용된 설문문항은 ‘나는 다른 사람들에게 현 직장의 좋은 점만 이야기 할 것이다’, ‘나는 다른 사람에게 현 직장을 권유할 것이다’, ‘나는 다른 사람에게 현 직장을 적극 추천 할 것이다’로 총 3문항이다.

### 3.4 이직의도

이직의도는 안대희와 전정아(2010)의 검증된

문항을 참조하여 수정·보완하고 그 중 적합한 항목을 추출하여 설문항목을 구성하였다.

이직의도는 ‘현재의 회사를 이탈하여 다른 회사에서 근무하고자 하는 심리적 상태’로 정의하며, 사용된 설문문항은 ‘다른 회사에서 일해보고 싶다’, ‘언제든지 이직할 준비가 되어 있다’, ‘중종 현재의 회사를 그만두고 싶은 생각이 든다’, ‘이직할 여건이 충분히 되면 현재 회사를 떠날 것이다’로 총 4문항이다.

## 4. 자료의 처리

본 연구의 통계분석을 위하여 SPSS 18.0, Amos 16.0을 사용하여 통계처리를 실시하였고 다음과 같은 분석절차를 거쳤다. 첫째, 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 분석하고 요인분석을 실시하였다. 둘째, 실태파악을 위하여 빈도분석 및 기초통계분석을 실시하였다. 셋째, 주요변수들간의 관계를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 넷째, 사회적 자본이 조직신뢰에 미치는 영향, 조직신뢰가 추천의도와 이직의도에 미치는 영향을 통합적으로 살펴보기 위하여 Amos 16.0을 사용하여 분석하였다. 다섯째, 조직신뢰의 매개효과분석을 실시하고 매개효과가 통계적으로 유의미한 것인지를 검증하기 위하여 Sobel Test를 실시하였다.

## IV. 실증분석

### 1. 신뢰성 및 타당성 분석

<표 1>은 설문항목들의 신뢰성과 타당성에 대하여 분석한 결과이다.

&lt;표 1&gt; 타당성 및 신뢰성 분석결과

	변수	요인적재값	Eigenvalue	누적분산 설명력(%)	Cronbach's $\alpha$
관계적 차원	직원들은 믿을만함	.829	3.760	19.788	.920
	구성원들 간의 의도와 행동 상호신뢰	.894			
	구성원들 간의 업무 수행능력 상호 신뢰	.820			
	각자가 과제목표 위해 일한다고 믿음	.733			
인지적 차원	동료와 같은 포부와 비전 공유	.743	3.650	38.997	.818
	동료와 공동목표, 임무 추구하려고 노력	.676			
구조적 차원	동료들의 업무, 애로사항 알고 있음	.878	2.951	54.532	.842
	회사는 업무와 관련하여 자유로운 대화와 토론이 가능함	.803			
	개인적 문제를 의논할 가까운 동료 있음	.643			
조직신뢰	회사는 직원들의 의견 반영하려고 노력	.684	2.489	67.631	.933
	회사는 직원들과 회사이익을 위해 노력	.657			
	회사는 종업원들에게 정직	.642			
추천의도	타인에게 회사의 좋은 점만 언급	.755	1.812	77.1701	.904
	타인에게 현 직장을 권유	.846			
	타인에게 현 직장을 적극 추천	.816			
이직의도	다른 회사에서 일하고 싶음	.874	1.430	84.698	.935
	언제든지 이직할 준비 되어 있음	.913			
	현 직장을 그만두고 싶은 생각 있음	.891			
	여건이 되면 현 직장을 떠날 것임	.849			

측정항목의 신뢰성 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$ 를 통한 내적 일관성 분석을 실시하였다. 본 연구에서 적용하고 있는 각 개념변수들에 대한 Cronbach's  $\alpha$ 값들은 0.7을 기준으로 볼 때 모두 0.8이상으로 나타나 기준을 충족시키고 있어 본 연구 측정항목들 사이의 내적 일관성에는 문제가 없다고 볼 수 있다.

타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 주성분분석법과 직교회전(varimax)방식을 사용하였고 아이겐값(eigen value)이 1 이상인 요인을 선택하였다. 요인적재치는 0.4 이상인 경우를 유의적인 것으로 판단하여 분석을 실시하였다. 요인분석 결과 다른 요인에 묶이는 인지적 차원 1문항을 제거하였고 총 6개의 요인이

추출되었고, 이들 요인들이 전체 변량의 80% 이상을 설명하고 있었다.

본 연구의 경우 자기보고식으로 설문을 응답하였고 설문지 응답원이 동일한 관계로 인하여 동일방법편의가 발생할 수 있는 여지가 있다.

동일방법편의의 가능성을 확인하기 위해 Harman(1967)의 일요인분석(one-factor test)을 실시하였다. 연구모델에 포함된 모든 변수들의 측정항목들을 포함시켜 회전을 시키지 않은 요인분석을 실시하여 1보다 큰 고유치를 기준으로 요인을 추출하였는데 총 6개 요인이 나타났으며, 요인 1의 분산비율 역시 적정 수준으로 나타났다. 따라서 동일방법편의로 인한 문제는 심각하지 않다고 판단하였다.

<표 2> 확인적 요인분석 결과

	변수	표준화된 회귀계수	C.R.	P값
관계적 차원	직원들은 믿을만함	.852		
	구성원들 간의 의도와 행동 상호신뢰	.935	13.404	.000
	구성원들 간의 업무 수행능력 상호 신뢰	.883	12.121	.000
	각자가 과제목표 위해 일한다고 믿음	.789	10.012	.000
인지적 차원	동료와 같은 포부와 비전 공유	.926		
	동료와 공동목표, 임무 추구하려고 노력	.719	7.626	.009
구조적 차원	동료들의 업무, 애로사항 알고 있음	.805		
	회사는 업무와 관련하여 자유로운 대화와 토론이 가능함	.885	9.335	.000
	개인적 문제를 의논할 가까운 동료 있음	.729	7.860	.000
조직신뢰	회사는 직원들의 의견 반영하려고 노력	.873		
	회사는 직원들과 회사이익을 위해 노력	.926	14.533	.000
	회사는 종업원들에게 정직	.914	14.145	.000
추천의도	타인에게 회사의 좋은 점만 언급	.723		
	타인에게 현 직장을 권유	.946	10.353	.000
	타인에게 현 직장을 적극 추천	.928	10.295	.000
이직의도	다른 회사에서 일하고 싶음	.864		
	언제든지 이직할 준비 되어 있음	.892	13.369	.000
	현 직장을 그만두고 싶은 생각 있음	.886	13.465	.000
	여건이 되면 현 직장을 떠날 것임	.891	13.709	.000

$\chi^2=181.1$ (d.f.=130, p=0.000), GFI=0.884, AGFI=0.840, IFI=0.994, CFI=0.994, RMSEA=0.028

<표 3> 구성개념 간 상관행렬

	평균	표준편차	관계차원	인지차원	구조차원	조직신뢰	추천의도	이직의도
관계차원	3.785	.785	1					
인지차원	3.583	.898	.390**	1				
구조차원	3.432	.822	.302**	.349**	1			
조직신뢰	3.497	1.019	.383**	.329**	.316**	1		
추천의도	3.293	.916	.258**	.299**	.229**	.436**	1	
이직의도	3.067	1.042	-.119*	-.15**	-.155**	-.302**	-.238**	1

\*\* : p<.01 \* : p<.05

## 2. 확인적 요인분석

신뢰성검증과 탐색적 요인분석 후 Amos 16.0을 사용하여 확인적 요인분석(CFA)을 실시하여 측정변수들에 의한 측정모형이 얼마나 타당한지를 분석하였다.

측정모형 적합도 지수를 구체적으로 살펴보면,  $\chi^2=181.1$ (d.f.=130, p=0.000), GFI=0.884, AGFI=0.840, IFI=0.994, CFI=0.994, RMR=0.065로 적합도 평가기준(배병렬, 2011)인 GFI, NFI, CFI가 0.9이상, AGFI가 0.8이상, RMR은 0.05~0.08 이하를 어느 정도 충족시키는 것으로 나타나 측정모형의 적합도는 수용 가능한 수준이라 할 수 있다.

또한 복합신뢰도(Composite Reliability: CR)는 0.7이상, 평균분산추출값(Average Variance Extracted: AVE)은 0.5이상 나타났고, 측정항목들과 구성개념들을 연결하는 표준화 요인적재치가 통계적으로 95% 신뢰구간에서 유의적으로 나타나 관측변수들의 일치성 정도를 나타내는 집중타당성이 입증되었다. 각 구성개념 AVE가 상관계수 제곱값 보다 커야 한다는 조건(Fornell and Larcker, 1981)을 충족했기 때문에 판별타당

성이 입증되었다. 잠재변수 간 상관의 방향성과 유의성이 모두 적합하게 나타나 하나의 구성개념이 다른 구성개념을 정확히 예측하는 정도인 법칙타당성도 확보되었다.

### 3. 가설검증

AMOS 16.0을 이용하여 위에서 확인된 개념들로 이루어진 연구모형의 적합도를 검증한 결과 다음과 같다.

연구모형의 적합도 지수는 구체적으로 다음과 같다.  $\chi^2=159.445$ (d.f.=134, p=0.000), GFI=0.878, AGFI=0.837, CFI=0.986, IFI=0.986, RMSEA=0.042로 나타나 본 연구에서 제시한 모형을 사용하여 가설검증을 하는데 큰 무리가 없는 것으로 판단하였다. 가설검증은 유의수준 및 경로관계 방향성의 일치 여부를 토대로 하여 가설의 채택 여부를 결정하였다. 그 결과는 <표 4>와 같이 나타났으며 연구모형의 경로계수와 연구결과를 보여주고 있다.

<표 4> 가설검증 결과

가설			경로계수	표준오차	C.R.	P값	
H1	1	관계적 차원	조직신뢰	.494	.147	3.367	.000
	2	인지적 차원	조직신뢰	.240	.159	1.510	.131
	3	구조적 차원	조직신뢰	.383	.187	2.054	.040
H2		조직신뢰	추천의도	.494	.069	7.181	.000
H3		조직신뢰	이직의도	-.484	.093	-5.186	.000

$\chi^2=159.445$ (d.f.=134, p=0.000), GFI=0.878, AGFI=0.837, CFI=0.986, IFI=0.986, RMSEA=0.042

사회적 자본이 조직신뢰에 미치는 영향에서 관계적 차원과 구조적 차원의 경우에는 기존연구(강정수·최웅·이상진, 2008; 박종승·심현섭·윤우섭, 2009)와 같이 정(+의) 유의적인 영향을 미치

는 것으로 나타났다. 그러나 사회적 자본 중 인지적 차원은 경로계수가 .240(C.R.=1.510, p=.131)으로 비유의적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 부분 채택되었다.

그리고 사회적 자본 중 관계적 차원이 경로계수가 .494(C.R.=3.367,  $p=.000$ )로 조직신뢰에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

조직신뢰가 추천의도에 미치는 구조적 관계에 대한 가설을 검증한 결과는 경로계수 .494(C.R.=7.181,  $p=.000$ )로 나타났다. 기존연구(박영기·윤지환, 2004; 정태석·김영택, 2014)와 같이 정(+)의 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 채택되었다.

조직신뢰가 이직의도에 미치는 구조적 관계에 대한 가설을 검증한 결과는 경로계수는 -.484(C.R.=-5.186,  $p=.000$ )로 나타났다.

기존연구(안대희·전정아, 2010; 이규태·정규엽·한정혜, 2012)와 같이 부(-)의 유의적 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다.

이상의 결과를 요약하면 사회적 자본 중 관계적 차원과 구조적 차원이 조직신뢰에 정(+)의 유의적인 영향을 미치며 특히 관계적 차원이 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 조직신뢰는 추천의도(+)와 이직의도(-)에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

마지막으로 Kenny, Kashy and Bolger(1998)의 매개효과 분석 절차에 따라 매개효과를 분석하였다. 첫째, 매개변수(조직신뢰)를 고려하지 않을 때 독립변수(관계적 차원, 인지적 차원, 구조적 차원)가 종속변수(추천의도, 이직의도)에 유의한 영향을 미치고(1단계) 둘째, 독립변수가 매개변수에 유의한 영향을 미치며(2단계) 셋째, 독립변수와 매개변수가 종속변수에 미치는 영향을 동시에 고려했을 때 매개변수가 종속변수에 유의한 영향을 미치며(3단계) 1단계에서 독립변수가 종속변수에 미쳤던 유의한 영향이 유의미하게 감소하거나 유의하지 않아야 한다(4단계).

이와 같은 절차에 따라 사회적 자본과 추천의도, 이직의도간의 관계에 대한 조직신뢰의 매개효과를 분석하였다. 분석결과에 의하면, 관계적

차원의 경우 1단계 분석에서 관계적 차원이 추천의도( $\beta=.534$ ,  $p<0.01$ ), 이직의도( $\beta=-.291$ ,  $p<0.05$ )에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 2단계 분석에서 관계적 차원이 조직신뢰( $\beta=.887$ ,  $p<0.01$ )에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 3단계 분석에서 조직신뢰와 추천의도( $\beta=.714$ ,  $p<0.01$ )와의 관계는 유의하게 나왔지만 관계적 차원과 추천의도와의 관계는 유의미하지 않았다. 또한 조직신뢰와 이직의도( $\beta=-.676$ ,  $p<0.01$ )와의 관계는 유의하게 나왔으며 관계적 차원과 이직의도( $\beta=-.309$ ,  $p<0.05$ )는 유의한 영향이 1단계보다 감소하였다.

인지적 차원의 경우 2단계 분석에서 인지적 차원과 조직신뢰와의 관계가 유의미하지 않았다.

구조적 차원의 경우 1단계 분석에서 구조적 차원이 추천의도( $\beta=.478$ ,  $p<0.01$ ), 이직의도( $\beta=-.324$ ,  $p<0.01$ )에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 2단계 분석에서 구조적 차원이 조직신뢰( $\beta=.763$ ,  $p<0.01$ )에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 3단계 분석에서 조직신뢰와 추천의도( $\beta=.684$ ,  $p<0.01$ )와의 관계는 유의하게 나왔지만 구조적 차원과 추천의도와의 관계는 유의미하지 않았다. 또한 조직신뢰와 이직의도( $\beta=-.568$ ,  $p<0.01$ )와의 관계는 유의하게 나왔으며 구조적 차원과 이직의도( $\beta=-.210$ ,  $p<0.05$ )는 유의한 영향이 1단계보다 감소하였다. 따라서 인지적 차원과 추천의도 및 이직의도와 의 관계에서 조직신뢰의 매개효과는 없는 것으로 나타났고 관계적 차원과 추천의도 및 이직의도와의 관계, 구조적 차원과 추천의도 및 이직의도와의 관계에서 조직신뢰의 매개효과는 있는 것으로 나타났다.

한편, 이와 같은 매개효과가 통계적으로 유의미한 것인지를 검증하기 위하여 Sobel Test를 실시하였다. Sobel Test는 해당변수의 비표준화계수와 표준오차를 이용하여 매개효과를 계산하

고 통계적 유의성을 확인하는 과정이다. 검증결과, <표 5>에서 나타난 바와 같이 관계적 차원, 구조적 차원과 추천의도, 관계적 차원, 구조적

차원과 이직의도와와의 관계에서 각각 조직신뢰의 매개효과가 있는 것으로 나타나 가설 4와 가설 5는 부분 채택되었다.

<표 5> Sobel Test 결과

변수관계	sobel test	p	채택 여부
관계적→조직신뢰→추천	4.635	.000	채택
구조적→조직신뢰→추천	4.168	.000	채택
관계적→조직신뢰→이직	-2.245	.000	채택
구조적→조직신뢰→이직	-2.578	.000	채택

## V. 결 론

### 1. 연구결과의 요약 및 해석

본 연구는 조직 내 형성되어 있는 사회적 자본이 조직신뢰와 추천의도, 이직의도에 미치는 영향에 대하여 중소기업체를 대상으로 공변량 구조방정식모형을 통하여 실증 분석하였다. 그 결과 사회적 자본 중 관계적 차원과 구조적 차원만이 조직신뢰에 정(+)의 유의미한 영향을 미치며 조직신뢰는 추천의도(+)와 이직의도(-)에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 매개효과 분석을 실시하여

이러한 실증분석의 결과는 다음과 같은 이론적·실무적 시사점을 제공한다.

이론적 시사점은 기존연구에서는 사회적 자본(구성원들 간의 신뢰, 공유된 가치, 유대강도)이 조직전체에 대한 신뢰에 영향을 미치는 연구는 거의 찾아볼 수 없다. 조직신뢰는 개인이 아닌 제도적 차원의 정직성, 공정성에 대한 믿음 혹은 확신으로 성과에도 중요한 영향을 미칠 수 있는 변수이다. 따라서 본 연구에서 사회적 자본과 조직신뢰와의 관계를 살펴보는 것은 의미 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 마케팅 분야에서 주로 다

루었던 추천의도를 인사·조직 관점에서도 살펴 보았다는 점이 의미가 있다.

실무적 시사점은 첫째, 관계적 차원은 상하 간의 관계, 동료와의 관계의 상호작용에 있어 중요한 의미를 지닌다. 또한 조직은 구성원들 간의 신뢰를 통해 조직 내에 바람직한 규범을 형성할 수 있다. 그러므로 관계적 차원의 키워드인 조직 내 구성원들 간의 신뢰는 특히 규모가 작은 중소기업에 있어서 안정적인 사회관계를 위해서는 필수적으로 필요하다.

즉 조직 내에서 구성원들과 믿음형성, 관계 향상을 위해 기존 의사소통 방법을 개선시키고 발전시켜 효율적인 상호 의사 전달 통로를 확보하고 더 나아가 일관성 있는 업무 지도 및 정책유지, 구성원들에 대한 공정한 평가를 실시하는 것이 중소기업 조직전체에 대한 신뢰를 자연스럽게 유도할 수 있다.

둘째, 구조적 차원은 구성원들 간에 존재하는 사회적 연결망 혹은 유대관계에서 나타난 자본적 가치를 의미한다. 조직 구성원 개개인들이 형성하고 있는 네트워크를 통해 필요한 지식이나 정보, 자원에 대한 접근이 가능하다. 기업의 각종 매출정보 혹은 비용, 손익, 여러 정책 등의 정보를 공개하지 않으면 경영성과가 왜곡될 수

있고 조직신뢰의 상실로 기업의 경쟁력을 약화시킬 수 있다. 특히 규모가 작은 중소기업에 있어서 기업의 비전과 목표를 위해 구성원들과의 약속, 기업의 정보를 투명하게 공개하면 구성원 서로 간의 상호작용이 활발해져 조직전체에 대한 신뢰를 자연스럽게 유도할 수 있다.

셋째, 조직신뢰는 조직구성원이 조직에 대한 지속적인 몰입과 자발적인 참여를 가능하게 하기 때문에 중요하다. 구성원이 조직에 대한 신뢰가 충분히 형성되어 있으면 조직 외부 사람들에게 긍정적으로 구전하며 자신이 소속된 조직을 적극적으로 추천하고 권유할 가능성이 있다. 즉 기존 구성원들에게 조직에 대한 신뢰수준을 높여야만 긍정적 구전으로 우수한 인재를 확보할 수 있다. 중소기업의 경우 대기업에 비해 채용에 있어 인맥을 통해 들어오는 경우가 종종 있기 때문에 조직신뢰에 기반을 둔 긍정적 구전은 중요하다.

또한 조직에 대한 신뢰는 조직이 계약내용의 실행이나 기대에 어긋난 결정을 하지 않는다는 것에 대한 반복적 확인과정 속에서 형성된다. 조직에 대한 신뢰는 구성원의 태도 및 형성에 영향을 미친다. 조직에 대한 높은 신뢰는 구성원의 조직에 대한 노력 등에 긍정적 영향을 미치고 반대로 낮은 신뢰는 구성원의 조직 이탈과 태만을 야기한다. 즉 구성원들에게 조직에 대한 신뢰수준을 높여야만 이직의도를 낮출 수 있다. 중소기업의 경우 이직률이 다소 높기 때문에 이를 감소시키기 위한 방안으로 조직신뢰를 높이는 것은 중요하다.

따라서 조직의 관리자들은 구성원의 신뢰를 획득하고 이를 지속적으로 유지하기 위한 인사관리상의 다양한 제도와 프로그램을 개발하고 적용하는 것이 필요하다. 조직 내 구성원 개개인의 업무성과에 근거한 공정한 보상이나 평가관행이 확립될 수 있도록 책임자와 관리자들은 더

욱 노력해야 하며 부서의 책임자로서 자신에 대한 부하직원들의 신뢰를 높이는데 노력함은 물론 부서 혹은 조직응집력 강화에 지대한 관심을 가져야 한다. 또한 ‘조직바로알기’ 교육프로그램 등을 통해 조직에 대한 신뢰를 쌓아야 한다.

이상의 중요한 시사점을 도출함에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계점을 가지고 있다.

첫째, 본 연구의 표본은 편의표본 추출로 분석 대상에 포함된 기업은 부산 소재 중소 제조업체에 국한되어 있어 연구결과를 일반화하기 어려워 향후 연구에서는 표본의 대표성에 대한 한계를 극복해야 한다.

둘째, 사회적 자본과 성과변수 간에 보다 다양한 매개변수를 포함시키지 못했다. 사회적 자본 형성은 단지 조직신뢰에만 국한된 문제는 아니므로 향후 연구에서는 기존의 사회적 자본 관련 연구들에게 자주 이용되어 왔던 변수들과 다양한 상황적 요인들까지 고려해야 한다.

셋째, 연구결과가 일정시점에서의 단 한 번의 조사, 즉 횡단적 자료를 이용한 것이므로 향후 연구에서는 결과의 일반화를 위해 시간에 걸쳐 얻은 자료를 통한 종단적 연구를 실시해야 한다.

## 참고문헌

1. 강정수·최웅·이상건(2008), “사회적 자본의 관계적 요인과 조직신뢰 및 조직몰입의 관계,” *호텔리조트연구*, 7(2), 7-22.
2. 김동현(2006), *기업의 사회적 자본과 인적자원 개발*, 한국직업능력개발원.
3. 김정석·안관영(2012), “조직몰입과 이직의도의 관계 및 성별과 직종의 조절효과: 대덕 벤처기업을 중심으로,” *벤처창업연구*, 7(4), 77-86.
4. 박영기·윤지환(2004), “호텔고객의 불평행동

- 처리가 호텔에 대한 신뢰와 재방문 그리고 추천의도에 미치는 영향,” *관광학연구*, 28(1), 247-262.
5. 박종승·심현섭·윤우섭(2009), “사회적 자본, 조직신뢰, 조직몰입의 인과관계,” *외식경영연구*, 12(1), 267-291.
  6. 배상욱·윤한성(2010), “사회자본이 갈등을 매개로 협력과 관계지속의도에 미치는 영향,” *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 12(1B), 467-481.
  7. 배상욱·윤한성(2010), “사회자본이 경제적 성과와 비경제적 성과에 미치는 영향: 사회자본 차원들의 인과관계를 고려한 접근,” *유통연구*, 15(1), 73-101.
  8. 신동식(2010), “서비스기업에서 내부마케팅 요인이 조직신뢰 및 직무만족과 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구: 여행사 직원을 중심으로,” *관광연구*, 25(2), 293-316.
  9. 안관영(2013), “사회적자본과 혁신활동의 관계에서 지식공유의 매개효과: 중소기업을 중심으로,” *안전경영과학회지*, 15(4), 373-381.
  10. 안대희·전정아(2010), “호텔식음료종사원의 조직후원인식이 조직 신뢰 및 직무만족, 이직의도에 미치는 영향,” *외식경영연구*, 13(2), 277-298.
  11. 이경목(1996), “사회적 자산의 형성과 활용,” *노사관계연구*, 7, 265-290.
  12. 이규태·정규엽·한정혜(2012), “특1급 호텔 식음료 직원의 조직신뢰, 조직시민행동, 직무만족 및 이직의도의 다차원적 관계 분석,” *관광연구*, 26(2), 347-364.
  13. 이덕로·김찬중(2006), “직무만족과 이직의도와의 관계에 관한 연구,” *인적자원관리연구*, 13(1), 123-144.
  14. 이미라(2011), “자활사업 참여자의 사회적 자본이 삶의 질에 미치는 영향에 관한 연구: 직무만족의 매개효과를 중심으로,” *사회복지연구*, 42(4), 413-443.
  15. 이영록(2012), *외식업체 비정규직구성원의 심리적 계약위반이 조직신뢰 및 상사신뢰에 관한 연구*, 경기대학교 관광전문대학원, 석사학위논문.
  16. 임선예·박소연(2009), “사회적 자본과 조직몰입의 관계에서 핵심가치 공유 활동의 매개효과 분석,” *인력개발연구*, 11(3), 253-275.
  17. 장정윤(2011), *팀의 사회적 자본이 구성원의 고객지향성에 미치는 영향*, 고려대학교 교육대학원, 석사학위논문.
  18. 정대용·노경훈(2010), “벤처기업의 사회적 자본이 조직기업가정신을 매개로 기업성과에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구,” *한국산학기술학회논문지*, 11(5), 1863-1872.
  19. 정태석·김영택(2014), “프랜차이즈 편의점 가맹본부의 지원 서비스와 만족, 신뢰, 재계약, 다점포 운영, 추천의도와와의 관계,” *서비스경영학회지*, 15(3), 237-260.
  20. 한나영·배상욱(2012), “호텔 기업의 내부마케팅이 종업원 만족을 매개로 고객만족활동의도, 이직의도, 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구,” *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 14(4), 2231-2244.
  21. 홍성준(2012), “기업의 사회적 책임 활동이 소비자의 기업평가에 미치는 영향,” *상품학연구*, 30(2), 147-155.
  22. Adler, P. S. and S. W. Kwon(2002), “Social Capital: Prospects for a New Concept,” *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
  23. Bourdieu, P.(1986), *The Forms of Capital*, in Richardson, J.(eds.), *Handbook of Theory and Research for Sociology of Education*, 241-258, Westport, CT:

- Greenwood Press.
24. Burt, R. S.(1992), *The Social structure of competition*, In Nohria, N & Eccles, R.G.(Eds.), *Networks and Organizations: Structure, Form and Action*, 57-91, Boston: Harvard Business School Press.
  25. Carnevale, D. G. and B. Wechsler(1992), "Trust in the Public Sector," *Administration and Society*, 23(4), 471-494.
  26. Coleman. J. S.(1988), "Social Capital in the Creation of Human Capital," *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
  27. \_\_\_\_\_(1990), *Foundations of social Theory*, Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press.
  28. Fornell, C. and D. F. Larcker(1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 48, 39 - 50.
  29. Gulati, R., N. Nohria and A. Zaheer(2000), "Strategic Networks," *Strategic Management Journal*, 21, 203-215.
  30. Harman, H. H.(1967), *Modern Factor Analysis*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
  31. Inkpen, A. C. and E. W. K. Tsang(2005), "Social Capital, Networks, and Knowledge Transfer," *Academy of Management Review*, 30(1), 146-165.
  32. Kenny, D. A., Kashy, D. A. and N. Bolger (1998), *Data Analysis in Social Psychology*: in D. Gilbert, S.T. Fiske, & G. Lindzey(Eds.), *The Handbook of Social Psychology*(4th ed., Vol.1, pp.223-265). New York: McGraw-Hill.
  33. Kogut, B. and U. Zander(1996), "What Do Firms Do? Coordination, Identity and Learning," *Organization Science*, 7, 502-518.
  34. Lin, N.(1982), *Social Resources and Instrumental Action*, in: P. V. Marsden & N. Lin(Esd) *Social Structure and Network Analysis*, 131-45(Beverly Hills, CA, Sage).
  35. Lypnack, J. and J. Stamps(1997), *Virtual Teams: Reaching Across Space, Time, and Organizations With Technology*, John Wiley & Sons, Inc., New York, NY.
  36. Mishra, J. and M. A. Morrissey(1990), "Trust in Employee/Employer Relationship: A Survey of West Michigan Managers," *Public Personal Management*, 19, 445-485.
  37. Marshall, E. M.(1999), *Building Trust at the Speed of Change: The Power of the Relationship-Based Corporation*, New York: AMACON.
  38. Mishra, A. K.(1996). *Organizational Responses to Crisis: The Centrality of Trust*, In R. Kramer, and T. Tyler(Eds.), *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*, 261-287, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
  39. Mohr, J. and R. Spekman(1994), "Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication behavior and Conflict Resolution Techniques," *Strategic Management Journal*, 15, 135-152.
  40. Morgan R. M. and S. D. Hunt(1994), "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, 58, 20-38.

41. Nahapiet, J. and S. Ghoshal(1998), "Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage," *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
42. Nohria, N. and R. G. Eccles(1992), *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*, Boston: Harvard Business School Press.
43. Portes, A.(1998), "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology," *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
44. Putnam, R. D.(1995), "Bowling Alone: America's Declining Social Capital," *Journal of Democracy*, 6, 65-78.
45. Robinson, S. L.(1996), "Trust and Breach of the Psychological Contract," *Administrative Science Quarterly*, 41, 574-599.
46. Senge P. M.(1990), *The fifth discipline*, New York: Doubleday.
47. Tan, H. H. and C. S. F. Tan(2000), "Toward the Differentiation of Trust in Supervisor and Trust in Organization," *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126(2), 241-260.
48. Uzzi, B.(1997), "Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness," *Administrative Science Quarterly*, 42, 35-67.
49. Weick, K. E. and K. H. Roberts(1993), "Collective Mind in Organizations: Heedful Interrelation on Flight Decks," *Administrative Science Quarterly*, 38, 357-381.
50. Woolcock, M.(1998), "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework," *Theory and Society*, 27(2), 98.

## Abstract

A study on the relationship between social capital and organization trust, recommendation intention, and turnover intention

Han, Na-Young\* · Kwon, Hyeok-Gi\*\*

This study is to investigate the impact of the social capital on organization trust, and the impact of the organization trust on recommendation intention, and turnover intention. And by this it is also to integrally analyze through what route social capital affects the recommendation intention and turnover intention. An actual analysis through covariance structural equation model was made targeting the members of small and medium sized manufacturing companies.

The results of the actual analysis showed that the relational dimension in the social capital had an positive(+) and the most pervasive effect on the organization trust. Relational dimension refers to the formation relationships among members and has a significant value in the interaction in the relation between subordinates and superiors, between colleagues, and between departments. Secondly, the cognitive dimension in the social capital was revealed to have no significant effect on the organization trust and structural dimension was revealed to have a positive(+) effect on the organization trust. Structural dimension refers to the capital value which shows itself in the social network and relationship existing between the members and is formed through building the best network within an organization. Thirdly, organization trust was revealed to have a positive(+) impact on the recommendation intention and to have a negative(-) impact on the turnover intention.

Finally, the summary, implications, limitations, and future research direction of this study were presented.

Key Words: social capital, organization trust, recommendation intention, turnover intention

---

\* Assistant Professor, Dept. of IT Business Administration, Kosin University, 114005@kosin.ac.kr

\*\* Associate Professor, Dept. of Business Administration, Dong-Eui University, kwonhg1220@deu.ac.kr